

4. Томпсон А.А., Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент: Пер. с англ. / А.А. Томпсон, Дж. Стрикленд. М.: Вильямс, 2015 г. – 423 с.
5. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / Т.Г. Философова. М.: Изд-во Юнити-Дана, 2018 г. – 237 с.

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ВЫБОРА В УСЛОВИЯХ «ВЫСОКОТУРБУЛЕНТНОГО» БИЗНЕСА

Ш.Т. Гимаев

Научный руководитель Н.А. Дубровина

В настоящее время в период рыночной экономики особенности стратегического выбора является особой технологией управления, которая обеспечивает бесперебойное осуществление производственного процесса организации в постоянно меняющихся условиях.

Именно особенности структуры и качества управления предприятием выполняют в современных условиях важнейшую роль. Качество управления организацией позволяет не просто достигать поставленных целей, но и обеспечить выживание предприятия в условиях, когда каждая организация стремится одержать победу в достижении конкурентного преимущества. Для того, чтобы достичь очевидного конкурентного преимущества важно определить продукцию, которая будет пользоваться спросом у потребителя, а также осуществлять выпуск продукции высокого качества в сравнении с конкурентами [4].

Важную роль в стратегическом управлении занимает интеллектуальность технологий, которые используются в процессе управления и производства.

Значительно выросшая в мировом товарообороте доля купли-продажи лицензий на использование патентов и ноу-хау становится неотъемлемым

фактором борьбы за конкурентное преимущество. Побеждает и завоевывает рынок более конкурентоспособная продукция, вызывающая больший покупательский спрос [3]

В современных условиях в организациях создаются особые службы, призванные обеспечивать создание такой продукции, которая не будет уступать конкурентам предприятия.

Важную позицию в данном процессе занимает также создание особых идей, которые обеспечивают организации преимущество перед конкурентами, данное преимущество должно быть основано на особой системе и ее эффективности.

Необходимо определить основные особенности стратегического управления организации в современных рыночных условиях:

1. Для того чтобы успешно осуществлять свою деятельность организация должна иметь четкую направленность, иначе говоря, предприятие должно иметь конкретную стратегию, которая будет определять систему управления предприятием.

2. Эффективность деятельности предприятия напрямую зависит от того, какие стратегические цели были достигнуты.

3. Стратегия должна постоянно изменяться, в соответствии с изменениями, которые происходят во внешней среде.

4. Стратегия организации должна иметь собственную уникальность.

Относительно последнего пункта важно подчеркнуть, если организация будет использовать в своей деятельности достаточно стандартные технологии, которые уже были кем-либо апробированы, то предприятие не может рассчитывать на большой результат, поскольку он уже достигнут лидером в данной области [1].

Д. Шендел и К. Хагген определяют стратегическое управление как особый процесс, в результате которого происходит взаимодействие предприятия с внешним окружением.

Основными этапами стратегического управления являются:

- анализ внешней и внутренней среды предприятия;
- определение миссии и основных целей предприятия.

Проблемы, касающиеся стратегического выбора, требуют тщательного анализа стратегических ситуаций, в которых принимаются стратегические решения. Здесь же важно осуществить определенный прогноз, который поможет примерно оценить результаты, которые ожидает предприятие.

Стратегический выбор представляет собой сочетание искусства и интуиции руководителя для того, чтобы выработать на предприятии особую стратегическую цель.

Именно высокий уровень компетентности, профессионализма и творческий подход сотрудников обеспечивают качественную взаимосвязь организации с внешними условиями, а также способствуют реализации намеченных планов [4].

Стратегическое управление предполагает активное участие каждого сотрудника в осуществлении поставленных целей и задач и, конечно же, в поиске наиболее оптимальных путей для достижения целей.

Всего принято выделять два основных вида стратегического управления:

- первое является регулярным управлением, и содержит в своей структуре несколько систем, которые дополняют друг друга. В рамках данного вида стратегического управления происходит процесс управления основными возможностями предприятия;
- второй вид стратегического управления осуществляется в рамках реального времени, а также связан с решением задач, которые возникают внезапно. Важно отметить, что в рамках данного вида управления осуществляется также уточнение стратегии.

Критерием оценки типа стратегического управления может служить доход от коммерческой деятельности.

Разработка и реализация бизнес-стратегии требует больших накладных расходов. Однако не все фирмы в равной степени способны точно выбрать

стратегически выгодный для себя рынок. Ошибочно оценивая свои стратегические возможности, компании часто оказываются в чуждой для них стратегической области управления [2].

Стратегическое управление сегодня переживает подъем, обусловленный пересмотром его базовых постулатов в связи с изменившимися условиями деятельности предприятий и не в последнюю очередь вследствие возникновения и широкого распространения интегрированных систем.

Р. Грант утверждал, что истории успеха известнейших предприятий или их объединений (интегрированных систем) объединяет один общий элемент – наличие разумно сформулированной и эффективно реализованной стратегии. Понимание важности стратегического управления сегодня приходит к собственникам и менеджменту отечественных интегрированных систем в промышленности, поскольку все первоначальные преимущества их создания уже исчерпаны, а позиции на национальном и зарубежных рынках признать устойчивыми нельзя. Конкурентоспособность – главнейшая характеристика результатов деятельности и цель стратегического управления – неизбежно связана со стратегиями и их структурных единиц, и, соответственно, с их структурой.

Стратегия отражает четкую направленность ее поведения действий в контексте, основанном на понимании и принятии «правил игры», обусловленных не только экономическими законами рынка, но и сложившихся в экономике страны и на рынках определенных товаров. Содержанием стратегии является поиск конкурентных преимуществ, путей и способов их сохранения и активного использования с целью удержания или укрепления рыночной позиции.

Основой стратегического управления является фундаментальная стратегическая установка, определяющая основные направления деятельности и развития предприятия. Содержание фундаментальной стратегической установки определяет деловую философию управления

предприятия и в конечном итоге сводится к обеспечению устойчивого прогрессивного поступательного развития как системы в целом, так и ее отдельных структурных единиц.

В практике реальной деятельности конкретного предприятия фундаментальная стратегическая установка может предусматривать различные приоритеты: максимизация прибыли и капитализации, сохранение или увеличение доли рынке (национальном или мировом), завоевание новых рынков, освоение новых видов продукции. Понятно, что перечень приоритетов фундаментальной стратегической установки вышеназванными не ограничивается. Определение приоритетов фундаментальной стратегической установки обусловлено действием ряда факторов.

Таким образом, стратегическое управление представляет собой особую технологию в управлении организации в современных условиях, нестабильно развивающейся внешней среды и многих других факторов, которые оказывают значительное влияние на организацию в целом.

Список использованных источников

1. Али-Заде, А. А. Научный менеджмент - стратегический фактор инновационного развития: моногр. / А.А. Али-Заде, В.Н. Логин. - М.: ИНИОН РАН, 2017.-120с.
2. Андрейчиков, А. В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: Либроком, 2017. - 248с.
3. Андрейчиков, А. В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга. Учебное пособие / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: Либроком, 2016. – 248 с.
4. Балыбердин, В. А. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах инновационного менеджмента / В.А.

Балыбердин, А.М. Белевцев, Г.П. Бендерский. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 240 с.

5. Бараненко, С. П. Стратегический менеджмент: моногр. / С.П. Бараненко, М.Н. Дудин, Н.В. Лясников. - М.: Центрполиграф, 2016. - 320 с.

ОСНОВНЫЕ РИСКИ ПРЕДПРИЯТИЯ И СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИМИ

А.О. Жеренкова

Научный руководитель Т.Б. Заводчикова

В бизнесе предприниматели постоянно сталкиваются с рисками разного рода. Они могут иметь отличия по виду, месту и времени возникновения, а также они будут зависеть от внешних и внутренних факторов предприятия, которые так или иначе влияют на их уровень. Полностью исключить риски невозможно, но можно минимизировать их отрицательное влияние, используя различные инструменты, которые позволят прогнозировать наступление рискового события и вовремя принимать меры к снижению степени риска. Такой подход поможет найти оптимальное соотношение между риском и доходностью предприятия.

На начальном этапе развития риск-менеджмента управление рисками имело больше бессистемный и интуитивный характер. В ходе развития и усложнения организационно-производственных структур предприятия, а также увеличения воздействия внешних факторов на его деятельность, возрастала необходимость внедрения комплексной системы управления рисками, которая охватила бы все виды деятельности предприятия. Поэтому прогнозирование таких угроз и планирование предупредительных мероприятий позволяет предпринимателям понести минимальный ущерб в результате наступления рискованных событий. В таких условиях компании